

STRATEGI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI KABUPATEN PANDEGLANG

Widyanani, Ratu Milah Hamdalah*, Iska Oktaviani

STISIP Banten Raya

Email*: Ratumilaa@gmail.com

Abstract This research discusses the Strategy of the Department of Tourism and Culture in Developing the Creative Economy in Pandeglang Regency. The aim is to find out how to develop the creative economy in Pandeglang Regency. The method used is a descriptive research method with a qualitative approach. The results of this study are based on SWOT analysis theory, it can be concluded that the creative economic development strategy in Pandeglang Regency has not been running optimally because there are still several weaknesses, including limited human resources of the Department of Tourism and Culture of Pandeglang Regency who have special expertise in the creative economy sector, as well as budget limitations to support creative economic facilities and infrastructure, so that it can hinder the development of the creative economy in Pandeglang Regency. Based on this, there are alternative strategies that can be implemented by the Department of Tourism and Culture of Pandeglang Regency, namely improving the quality and capacity of human resources, strengthening cooperation between local governments, creative economy communities, and the tourism sector, attracting investors to support funding, providing adequate digital infrastructure, and encouraging the use of information and communication technology as a promotional tool.

Keywords: Strategy; Development; Economy; Creative.

Abstrak. Penelitian ini membahas mengenai Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Pandeglang. Tujuannya untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang. Metode yang digunakan yaitu metode penelitian deksriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini berdasarkan teori analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang belum berjalan optimal karena masih terdapat beberapa kelemahan, di antaranya keterbatasan sumber daya manusia pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang yang memiliki keahlian khusus di bidang ekonomi kreatif, serta keterbatasan anggaran untuk menunjang sarana dan prasana ekonomi kreatif, sehingga dapat menghambat pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang. Berdasarkan hal tersebut, terdapat alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang, yaitu peningkatan kualitas dan kapasitas sumber daya manusia, penguatan kerja sama antara pemerintah daerah, komunitas pelaku ekonomi kreatif, dan sektor pariwisata, menarik investor untuk menunjang pendanaan, menyediakan infrastuktur digital yang memadai, serta mendorong pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi sebagai sarana promosi.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan; Ekonomi, Kreatif.

Copyright©2025. Widyanani, Ratu Milah Hamdalah, Iska Oktaviani

This is an open access article under the CC-BY NC-SA license

DOI: <https://doi.org/10.1234/ssrj.v2i2.36>

PENDAHULUAN

Saat ini, terdapat pergeseran tren perekonomian global dari pertumbuhan berbasis sumber daya alam ke pertumbuhan berbasis sumber daya manusia, yang sangat bergantung pada kreativitas dan inovasi (Kartika 2024: 17). Kreativitas dan inovasi dijadikan sebagai dasar dalam penciptaan nilai ekonomi sehingga tren tersebut dikenal dengan istilah ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi (Purnomo 2016: 8).

Di Indonesia, perkembangan ekonomi kreatif mendapatkan perhatian khusus sebagai salah satu sektor yang berpotensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional (Sungkawati 2024: 1). Sebagai bentuk keseriusan pemerintah dalam mendorong ekosistem ekonomi kreatif, maka pemerintah menetapkan kebijakan melalui Undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Selain itu, pemerintah juga menetapkan Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif untuk mewujudkan infrastruktur ekonomi kreatif dan insentif bagi pelaku ekonomi kreatif sehingga ekonomi kreatif dapat menjadi salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia telah mengidentifikasi 17 subsektor ekonomi kreatif, seperti film, kuliner, fesyen, dan musik, yang memiliki kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Kemenparekraf 2022 dalam Sungkawati 2024: 1). Menurut Kartika (2024: 26), ekonomi kreatif di Indonesia menunjukkan angka yang bergerak secara positif, dari tahun ke tahun terus mengalami kenaikan. Diketahui berdasarkan Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2023/2024, nilai tambah ekonomi kreatif meningkat dari Rp 1,135 Triliun pada tahun 2020, menjadi Rp 1,191 Triliun pada tahun 2021 (Kemenparekraf 2023 dalam Kartika 2024: 26). Kemudian untuk ekspor ekonomi kreatif mencapai USD 26,94 Miliar hingga Desember 2022, kegiatan perputaran roda ekonomi tersebut dilakukan pada 41 negara tujuan ekspor oleh 44 pelaku usaha ekonomi kreatif (23 subsektor kriya, 17 fesyen dan 4 kuliner) yang tersebar di Jawa Barat, Sumatera Utara, DI Yogyakarta dan Bali (Kemenparekraf 2022 dalam Kartika 2024: 26).

Pelaku ekonomi kreatif bukan hanya terpusat di kota-kota besar, tetapi banyak pula tersebar di daerah-daerah, seperti di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. Ada beberapa subsektor ekonomi kreatif unggulan di Kabupaten Pandeglang di antaranya sebagai berikut:

Tabel 1. Subsektor Ekonomi Kreatif Unggulan Kabupaten Pandeglang Tahun 2023-2024

| No. | Subsektor | Jumlah |
|-----|------------------|--------|
| 1 | Kriya | 5 |
| 2 | Kuliner | 6 |
| 3 | Fesyen | 5 |
| 4 | Seni Pertunjukan | 4 |
| 5 | Fotografi | 2 |

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang, 2025 (diolah).

Berdasarkan data di atas, diketahui jumlah ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang paling banyak yaitu pada subsektor kuliner, fesyen dan kriya. Adapun, yang memiliki kontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi kreatif, yaitu kuliner sebanyak 32,4 persen, fesyen 27,9 persen, dan kerajinan 14,88 persen (Rokhman et al., 2024).

Pemerintah Kabupaten Pandeglang telah berupaya dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif guna mendorong perekonomian masyarakat dan pertumbuhan ekonomi daerah. Akan tetapi, masih ada beberapa hambatan yang ditemui, seperti keterbatasan tenaga ahli yang memiliki pengetahuan spesifik dalam bidang ekonomi kreatif serta kurangnya anggaran yang dialokasikan untuk pengembangan ekonomi kreatif. Hal tersebut menyebabkan potensi kreatif yang ada tidak dapat dimaksimalkan, sehingga berdampak pada rendahnya daya saing produk lokal di pasar. Adapun, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Pandeglang.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Dilihat dari sumber datanya, yaitu menggunakan sumber data primer dan sekunder. Sementara, teknik pengambilan informan yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan dalam penelitian ini di antaranya, Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang, Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang, Ketua Gekrafs Pandeglang, serta Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Kriya, Kuliner, dan Seni Pertunjukan. Adapun, analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman (2009: 16), di antaranya reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan/verifikasi (*verification*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strength (Kekuatan)

Dalam analisis SWOT, *strengths* (kekuatan) merupakan salah satu faktor internal organisasi yang mengacu pada kemampuan, sumber daya, dan keunggulan yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung strategi. Berkaitan dengan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang memiliki tujuan yang menjadi salah satu kekuatan dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang. Hasil wawancara dengan Bapak Rahmat

Zulatika selaku Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang menyatakan sebagai berikut:

Tujuan utama kami mengembangkan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Membuka lebih banyak lapangan kerja terutama untuk anak-anak muda yang punya ide-ide kreatif. Kami juga ingin ekonomi kreatif ini jadi salah satu penggerak ekonomi daerah. (Wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang, 04 Juni 2025).

Tujuan utama pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memanfaatkan kreativitas yang dimiliki, diharapkan ekonomi kreatif dapat mendorong pertumbuhan dan pembangunan ekonomi di wilayah Kabupaten Pandeglang. Hal senada juga dinyatakan oleh Ibu Mia Maulani Rizki selaku Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang sebagai berikut:

Tujuan utama pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang ini untuk mensejahterakan masyarakat, hal ini didasarkan pada pengalaman saat Pandemi Covid-19, di mana sektor yang mampu bertahan dan tetap produktif yaitu UMKM dan pelaku ekonomi kreatif. (Wawancara dengan Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang, 22 Mei 2025).

Kreativitas, inovasi, dan teknologi informasi menjadi kekuatan pada ekonomi kreatif sehingga ekonomi kreatif mampu bertahan pada saat Pandemi covid-19. Di mana pada saat itu, masyarakat harus tetap memperoleh pendapatan untuk menyambung hidup, dengan berbekal ide-ide kreatif dan inovatif serta adanya pemanfaatan teknologi informasi, maka menjadi sebuah solusi bagi ketahanan ekonomi di masa Pandemi Covid-19.

Adapun, langkah yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang dalam pengembangan ekonomi kreatif, dipaparkan oleh Bapak Rahmat Zulatika selaku Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang adalah sebagai berikut:

Langkah yang kami lakukan dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang dengan menyelenggarakan pelatihan keterampilan dan peningkatan kapasitas bagi para pelaku ekonomi kreatif secara rutin setiap tahun. Kegiatan ini mencakup pelatihan di berbagai subsektor seperti kuliner, kriya, fesyen, dan seni pertunjukan. (Wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang, 04 Juni 2025).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang memiliki komitmen yang kuat dalam pembinaan dan pengembangan ekonomi kreatif, salah satunya melalui pelatihan

keterampilan dan peningkatan kapasitas pelaku ekonomi kreatif yang dilakukan secara rutin dan bergantian setiap tahunnya pada berbagai subsektor.

Hal yang menjadi kekuatan lainnya dalam mendukung strategi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang, yaitu subsektor unggulan yang dimiliki Kabupaten Pandeglang. Sebagaimana pernyataan yang diungkapkan oleh Ibu Mia Maulani Rizki selaku Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang sebagai berikut:

Sebagaimana yang kita ketahui, secara nasional ada 17 subsektor, namun dari seluruh subsektor tersebut, di Kabupaten Pandeglang kami telah memetakan lima subsektor yang saat ini menjadi unggulan berdasarkan potensi lokal, yaitu kuliner, kriya, fesyen, seni pertunjukan dan fotografi. (Wawancara dengan Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang, 22 Mei 2025).

Kementerian Ekonomi Kreatif pada Tahun 2025 telah merilis pada situs website <https://ekraf.go.id>, bahwa terdapat 17 subsektor ekonomi kreatif di antaranya, 1) aplikasi; 2) penerbitan; 3) seni pertunjukan; 4) periklanan; 5) arsitektur; 6) televisi dan radio; 7) desain komunikasi visual; 8) fotografi; 9) film, animasi, dan video; 10) kuliner; 11) fesyen; 12) desain produk; 13) seni rupa; 14) musik; 15) desain interior; 16) kriya; 17) pengembang permainan. Adapun, berdasarkan hasil wawancara di atas, dari 17 subsektor tersebut, di Kabupaten Pandeglang terdapat lima subsektor unggulan di antaranya yaitu kuliner, kriya, fesyen, seni pertunjukan, dan fotografi. Penetapan kelima subsektor unggulan tersebut dilihat berdasarkan potensi lokal, jumlah pelaku usaha, serta kontribusinya terhadap perekonomian daerah, sebagaimana telah dinyatakan oleh Bapak Rahmat Zulatika selaku Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang sebagai berikut:

Saat ini ada lima subsektor ekonomi kreatif yang kami tetapkan sebagai unggulan di Kabupaten pandeglang. Kelima subsektor tersebut yaitu kuliner, kriya, fesyen, seni pertunjukan dan fotografi. Pemilihan ini tentu bukan tanpa dasar, kami melihat dari potensi lokal, jumlah pelaku usaha, serta kontribusinya terhadap perekonomian daerah. (Wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang, 04 Juni 2025).

Berdasarkan wawancara di atas, menunjukkan bahwa subsektor kuliner menempati posisi paling unggul, mengingat Kabupaten Pandeglang memiliki aneka ragam kuliner khas lokal yang memiliki daya tarik tersendiri sehingga dapat berkontribusi terhadap perekonomian daerah. Bapak Rahmat Zulatika selaku Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang menambahkan sebagai berikut:

Produk ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang memiliki banyak keunggulan yang mencerminkan potensi lokal yang kaya, baik dari segi budaya, dan kreativitas, salah satu contoh produk unggulan kami yang patut dibanggakan itu batik Cikadu. Batik Cikadu bukan hanya sekedar kain batik, melainkan sebuah karya yang kaya akan nilai

budaya dan sejarah local. (Wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang, 04 Juni 2025).

Dari kelima subsektor unggulan ekonomi kreatif Kabupaten Pandeglang, setiap produk memiliki keunggulan tertentu yang mencerminkan potensi lokal, baik dari segi budaya maupun kreativitas. Seperti salah satu produk ekonomi kreatif yang kaya akan nilai budaya, yaitu batik Cikadu yang berasal dari Kampung Cikadu Desa Tanjung Jaya Kecamatan Panimbang. Batik Cikadu merupakan sebuah seni tekstil tradisional, dikenal dengan warna dan motifnya yang khas untuk melestarikan budaya lokal Pandeglang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *strength* (kekuatan) untuk mendukung strategi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang, di antaranya: 1) pemerintah memiliki tujuan yang jelas yaitu untuk kesejahteraan masyarakat; 2) komitmen yang kuat melalui pembinaan pelaku ekonomi kreatif; 3) memiliki subsektor unggulan yaitu kuliner, kriya, fesyen, seni pertunjukan dan fotografi; 4) produk yang dihasilkan mencerminkan potensi lokal.

Weaknesses (Kelemahan)

Weakness (kelemahan) merupakan kekurangan atau keterbatasan internal organisasi yang dapat menghambat pencapaian tujuan organisasi. Dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang, ada beberapa kelemahan, salah satunya yaitu keterbatasan sumber daya, sebagaimana diungkapkan oleh Ibu Mia Maulani Rizki selaku Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang sebagai berikut:

Saat ini kami Dinas Pariwisata memang belum memiliki sumber daya manusia yang benar-benar teknis dan spesifik dalam pengembangan ekonomi kreatif. Dalam pelaksanaan program atau pelatihan yang berkaitan dengan ekonomi kreatif, kami biasanya melibatkan instruktur dari luar atau narasumber dari luar yang memang sudah berkompeten di bidangnya. Dari sisi internal juga Dinas Pariwisata hanya memberikan pemahaman tentang ekonomi kreatif termasuk bagaimana kita mengembangkannya dan memberikan edukasi mengenai pentingnya Hak Kekayaan Intelektual (HKI) kepada para pelaku ekonomi kreatif. (Wawancara dengan Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang, 22 Mei 2025).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa adanya keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki keahlian khusus di bidang ekonomi kreatif, sehingga pelaksanaan program dan kegiatan yang berkaitan dengan ekonomi kreatif membutuhkan tenaga ahli kompeten yang berasal dari luar instansi.

Selain sumber daya manusia yang kompeten, penyediaan sarana dan prasarana juga dibutuhkan untuk mendukung kegiatan ekonomi kreatif. Saat ini, di Kabupaten Pandeglang belum tersedia fasilitas fisik seperti ruang kreatif untuk memfasilitasi para pelaku ekonomi kreatif. Hal tersebut dinyatakan oleh Bapak Agus Salim selaku Ketua Gekrafs Pandeglang sebagai berikut:

Saat ini belum tersedia ruang kreatif atau pusat kegiatan ekonomi kreatif yang dapat digunakan secara berkelanjutan oleh komunitas dan pelaku ekonomi kreatif untuk berkumpul. (Wawancara dengan Ketua Gekrafs Pandeglang, 17 Juni 2025).

Hasil wawancara di atas senada dengan apa yang dinyatakan oleh Ibu Mia Maulani Rizki selaku Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang sebagai berikut:

Sebenarnya ini masih tahap wacana. Saya sendiri baru mulai menjabat pada tahun 2023, dan sejak itu mulai menjalin komunikasi dengan para pelaku ekonomi kreatif. Di tahun yang sama, Gekrafs Pandeglang juga resmi terbentuk. Usulan mengenai penyediaan sarana dan prasarana sudah dimasukkan ke beberapa rencana kerja dan juga ke dalam rancangan kegiatan anggaran tahun 2024. Namun, memang masih banyak faktor yang menjadi kendala, tidak hanya soal anggaran, tetapi juga kebutuhan akan lokasi yang benar-benar strategis untuk para pelaku ekonomi kreatif bisa berkumpul dan beraktivitas. Saat ini para pelaku ekonomi kreatif sudah memiliki tempat tersendiri yang berlokasi di Karang Tanjung. (Wawancara dengan Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang 22 Mei 2025).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, menunjukkan bahwa Pemerintah Daerah Kabupaten Pandeglang telah berupaya memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana, terutama ruang kreatif sebagai wadah untuk pengembangan komunitas para pelaku ekonomi kreatif. Tetapi, hal tersebut belum dapat terealisasi dikarenakan minimnya anggaran dan belum adanya lokasi strategis untuk dijadikan sebagai ruang kreatif. Sementara, untuk membantu dalam memasarkan produk ekonomi kreatif, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang melakukan kerja sama dengan beberapa pihak untuk memfasilitasi tempat pemasaran produk, seperti melalui event dan bazar.

Untuk mencapai tujuan pengembangan ekonomi kreatif, dibutuhkan pula adanya koordinasi antar *stakeholder*, yaitu antara Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang dengan para pelaku ekonomi kreatif atau yang tergabung dalam komunitas Gekrafs Pandeglang. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Mia Maulani Rizki selaku Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang adalah sebagai berikut:

Koordinasi antara Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang dengan para pelaku ekonomi kreatif dilakukan secara rutin, baik melalui pertemuan formal maupun secara informal. Secara formal, koordinasi biasanya dilakukan dalam kegiatan Rapat Koordinasi Ekonomi Kreatif (Rakor Ekraf). Selain itu, koordinasi juga dilakukan secara informal, misalnya saat ada acara atau kegiatan pariwisata dan kebudayaan yang melibatkan pelaku ekonomi kreatif, kami biasanya melakukan komunikasi langsung di lokasi, dengan menanyakan kondisi usaha mereka, kendala yang dihadapi, serta perkembangan penjualan produk. Dengan komunikasi yang terbuka, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan berupaya untuk selalu mendampingi pelaku ekonomi kreatif sekaligus memastikan program pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang berjalan sesuai kebutuhan lapangan. (Wawancara

dengan Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang, 22 Mei 2025).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, menunjukkan bahwa koordinasi yang dilakukan sudah berjalan dengan baik. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang selalu melibatkan para pelaku ekonomi kreatif dalam menyusun perencanaan dan evaluasi terkait pelaksanaan program atau kegiatan ekonomi kreatif untuk menyelaraskan berbagai kepentingan antara pemerintah dengan para pelaku ekonomi kreatif. Hal senada juga diungkapkan oleh Bapak Agus Salim selaku Ketua Gekrafs Pandeglang sebagai berikut:

Koordinasi antara Dinas Pariwisata dengan para pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang dilakukan melalui berbagai program, misalnya pelatihan pemasaran digital dan peningkatan keterampilan bagi pelaku ekonomi kreatif. (Wawancara dengan Ketua Gekrafs Pandeglang, 17 Juni 2025).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *weakness* (kelemahan) yang dapat menghambat strategi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang, di antaranya: 1) keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki keahlian khusus di bidang ekonomi kreatif; 2) keterbatasan anggaran, sehingga belum tersedia fasilitas fisik seperti ruang kreatif.

Opportunities (Peluang)

Dalam analisis SWOT, *opportunities* (peluang) merupakan salah satu faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan organisasi. Berkaitan dengan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang, potensi lokal yang ada dapat menjadi peluang untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang. Hasil wawancara dengan Ibu Mia Maulani Rizki selaku Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang adalah sebagai berikut:

Pandeglang memiliki potensi wisata yang lengkap, mulai dari gunung, pantai dan wisata buatan. Dengan melihat peluang ini, kami mempertemukan pelaku sumber daya manusia ekonomi kreatif dan pariwisata dalam kegiatan pemasaran digital. Meskipun belum sampai tahap MoU, pengelola destinasi wisata telah bersedia menampung dan memasarkan produk ekonomi kreatif lokal. Contohnya, sekarang di Curug Goong, di mana produk ekonomi kreatif mulai dijual dan dipromosikan di area wisata. Pertemuan ini memang difasilitasi agar kedua sektor bisa langsung menjalin kerja sama untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. (Wawancara dengan selaku Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang, 22 Mei 2025).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, menunjukkan bahwa pelaku ekonomi kreatif dapat memanfaatkan sumber daya alam dan budaya lokal dalam menciptakan inovasi produk berbasis kearifan lokal. Selain itu, Kabupaten Pandeglang juga memiliki potensi pariwisata, sehingga pelaku ekonomi kreatif memiliki peluang untuk berkolaborasi dengan sektor pariwisata dalam mempromosikan produknya.

Sektor pariwisata dan ekonomi kreatif memiliki hubungan yang erat, sehingga kerja sama yang dilakukan dapat memberikan dampak positif bagi keduanya. Sektor pariwisata tidak dapat berkembang secara optimal tanpa dukungan ekonomi kreatif, begitupun sebaliknya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Agus Salim selaku Ketua Gekrafs Pandeglang menyatakan bahwa “untuk saat ini, belum ada kerja sama yang terjalin, meski keduanya memiliki potensi besar untuk saling mendukung.” (Wawancara dengan Ketua Gekrafs Pandeglang, 17 Juni 2025).

Sementara, pernyataan senada juga diungkapkan oleh Ibu Anggi selaku pelaku ekonomi kreatif subsektor kriya adalah sebagai berikut:

Untuk kriya, produk seperti Angfau Craft yang memproduksi gantungan kunci rajut sangat potensial untuk menjadi oleh-oleh khas daerah Pandeglang. Saat ini, belum ada kerja sama resmi antara pengrajin dengan pengelola destinasi wisata untuk memasarkan produk ini, harapannya ke depan semoga dapat bekerja sama. (Wawancara dengan pelaku ekonomi kreatif subsektor kriya, 29 Mei 2025).

Berdasarkan pernyataan tersebut, menunjukkan bahwa adanya kehendak dan harapan besar dari para pelaku ekonomi kreatif untuk dapat bekerja sama dengan sektor pariwisata, namun perlu adanya komitmen dari pemerintah untuk dapat memfasilitasi kerja sama antara kedua sektor tersebut.

Selain bekerja sama dengan sektor pariwisata, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi juga dapat mendukung pengembangan ekonomi kreatif. Di era transformasi digital ini, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi sangat penting bagi para pelaku ekonomi kreatif untuk menunjang usaha mereka. Hasil wawancara dengan Bapak Agus Salim selaku Ketua Gekrafs Pandeglang adalah sebagai berikut:

Banyak pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang yang sudah memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam kegiatan mereka. Hal ini terlihat dari penggunaan media sosial dan pemasaran online yang semakin meluas juga. (Wawancara dengan Ketua Gekrafs Pandeglang, 17 Juni 2025).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang telah memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi sebagai sarana promosi untuk memperluas jangkauan pasar, seperti pada media sosial dan e-commerce. Hal itu tidak terlepas dari komitmen pemerintah yang terus mendorong melalui pelatihan *digital marketing* bagi para pelaku ekonomi kreatif di Pandeglang.

Pemerintah tidak dapat berjalan sendiri tanpa adanya kerja sama dengan Gekrafs sebagai mitra strategis pemerintah dalam mengembangkan ekonomi kreatif, oleh karena itu Gekrafs memiliki peran penting untuk membantu pemerintah dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Adapun, peran Gekrafs Pandeglang menurut Bapak Rahmat Zulatika selaku Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang menyatakan bahwa “sejauh ini sudah menunjukkan perkembangan yang cukup positif dan efektif. Mereka juga aktif menjalin komunikasi dengan kami secara terbuka terhadap berbagai masukan dan kolaborasi.” (Wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang, 04 Juni 2025).

Hal senada juga diungkapkan oleh informan lainnya, yaitu Ibu Julia selaku pelaku ekonomi kreatif subsektor kuliner adalah sebagai berikut:

Menurut saya, peran Gekrafs sudah cukup efektif khususnya di bidang kuliner. Terbukti juga dari berbagai kegiatan dan kolaborasi yang mereka lakukan termasuk pelibatan UMKM dalam acara besar. Keterlibatan ini membuka ruang bagi kami, pelaku ekonomi kreatif untuk lebih dikenal masyarakat luas. (Wawancara dengan pelaku ekonomi kreatif subsektor kuliner, 28 Mei 2025).

Pernyataan yang sama juga diungkapkan oleh Bapak Agus Salim selaku Ketua Gekrafs Pandeglang, bahwa “sejauh ini sudah cukup efektif, khususnya melalui berbagai program pembinaan dan promosi yang kami lakukan lewat event-event kreatif.” (Wawancara dengan Ketua Gekrafs Pandeglang, 17 Juni 2025).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa peran Gekrafs Pandeglang dalam mendorong pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang sudah cukup efektif. Upaya tersebut dilakukan melalui pelaksanaan program pembinaan dan memfasilitasi ruang promosi bagi para pelaku ekonomi kreatif dengan berkolaborasi bersama Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *opportunities* (peluang) yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung strategi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang, di antaranya: 1) kekayaan alam dan budaya lokal dalam menciptakan inovasi produk berbasis kearifan lokal; 2) bekerja sama dengan sektor pariwisata; 3) teknologi informasi dan komunikasi sebagai media promosi; 4) kolaborasi dengan Gekrafs.

Threats (Ancaman)

Threats (ancaman) merupakan faktor eksternal yang berpotensi menghambat dalam pencapaian tujuan organisasi. Berkaitan dengan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang, terdapat beberapa hal yang dianggap sebuah ancaman, sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Rahmat Zulatika selaku Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang yaitu sebagai berikut:

Ancaman terbesar yang kami hadapi dalam pengembangan ekonomi kreatif di Pandeglang yaitu kerusakan lingkungan yang berdampak pada hilangnya sumber daya alam yang sangat diperlukan oleh pelaku ekonomi kreatif, seperti bahan baku alami untuk produk kerajinan dan kuliner lokal. (Wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang, 04 Juni 2025).

Berdasarkan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor lingkungan dapat menjadi ancaman bagi keberlangsungan industri kreatif yang bergantung pada sumber daya alam. Eksploitasi secara berlebihan tanpa memperhatikan keberlanjutannya dapat menyebabkan sumber daya alam tersebut habis. Sementara, pendapat berbeda diungkapkan oleh Ibu Mia Maulani Rizki selaku Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang adalah sebagai berikut:

Salah satu ancaman terhadap pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang adalah masih rendahnya pemahaman pelaku ekonomi kreatif terhadap pentingnya Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Banyak pelaku usaha ekonomi kreatif yang belum menyadari bahwa karya mereka, baik berupa produk, desain maupun brand, perlu dilindungi secara hukum. Padahal ini bisa menjadi masalah serius ketika karya mereka tidak didaftarkan, itu membuka peluang bagi pihak lain untuk meniru atau bahkan mengklaim hasil karya tersebut. (Wawancara dengan Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang, 22 Mei 2025).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, bahwa banyak pelaku ekonomi kreatif yang belum memahami pentingnya mendaftarkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) untuk produk mereka. Padahal, Hak Kekayaan Intelektual (HKI) sangat penting bagi pelaku ekonomi kreatif untuk melindungi karya-karya mereka dari plagiarisme dan pembajakan, sehingga hal tersebut menjadi sebuah ancaman yang mungkin terjadi di kemudian hari. Untuk itu, perlu adanya komitmen dari pemerintah untuk meningkatkan sosialisasi terkait Hak Kekayaan Intelektual (HKI) secara teknis. Sementara, menurut Bapak Agus Salim selaku Ketua Gekrafs Pandeglang menyatakan sebagai berikut:

Ancaman yang perlu diwaspadai yaitu seperti kurangnya sumber daya manusia yang terampil, akses modal yang terbatas bagi pelaku ekonomi kreatif. Selain itu, perubahan budaya yang terlalu cepat. (Wawancara dengan Ketua Gekrafs Pandeglang, 17 Juni 2025).

Hasil wawancara di atas menyatakan bahwa yang menjadi ancaman di antaranya adalah kurangnya sumber daya manusia yang terampil, sehingga dapat menghambat pertumbuhan industri kreatif. Selanjutnya, terbatasnya akses pendanaan seperti akses pembiayaan dari perbankan, serta adanya perubahan budaya yang terlalu cepat sehingga dapat mengancam eksistensi produk-produk ekonomi kreatif yang sudah berkembang.

Selain itu, perubahan tren pasar dan teknologi juga dapat menjadi suatu ancaman bagi keberlangsungan ekonomi kreatif. Adapun, untuk mengantisipasi terjadinya hal demikian, Ibu Mia Maulani Rizki selaku Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang menyatakan sebagai berikut:

Untuk mengantisipasi perubahan tren pasar dan teknologi yang cepat, kami mewajibkan pelaku ekonomi kreatif untuk paham IT. Semua pelaku harus mampu memanfaatkan media digital, mulai dari desain produk berbasis tren, dan pemasaran lewat media sosial. Kami rutin melakukan pelatihan, seperti kemarin kepada pengrajin kerang, agar mereka tidak hanya fokus pada produksi tapi juga mengikuti selera pasar. (Wawancara dengan Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang, 22 Mei 2025).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa tujuan pemerintah mengadakan pelatihan pemanfaatan teknologi digital secara rutin, salah satunya untuk

mengantisipasi hal tersebut. Pelaku ekonomi kreatif sangat penting beradaptasi dengan teknologi digital demi eksistensi dan memperluas jangkauan pasar agar produk mereka dapat bersaing secara global. Selain itu, untuk mengantisipasi cepatnya perubahan tren pasar, pelaku ekonomi kreatif harus meningkatkan keterampilan mereka, serta aktif mengikuti tren dan perkembangan pasar, agar dapat berinovasi sesuai dengan tren pasar terkini. Adapun, hasil wawancara dengan salah satu pelaku ekonomi kreatif subsektor seni pertunjukan, yaitu Bapak Endang menyatakan sebagai berikut:

Dalam seni pertunjukan, kami menyadari bahwa tren dan teknologi berkembang sangat cepat. Untuk mengantisipasinya kami mulai memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pertunjukan, misalnya dengan membuat konten di media sosial. (Wawancara dengan pelaku ekonomi kreatif subsektor seni pertunjukan, 02 Juni 2025).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, menunjukkan bahwa era transformasi digital telah mengubah kehidupan masyarakat dalam berbagai aspek, termasuk kebiasaan dalam menonton seni pertunjukan yang semula dilakukan pada media konvensional, saat ini bergeser ke media digital. Pergeseran kebiasaan tersebut adalah suatu keniscayaan sehingga pelaku seni pertunjukan harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *threats* (ancaman) yang berpotensi menghambat pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang, di antaranya: 1) tidak tersedianya bahan baku yang berasal dari sumber daya alam diakibatkan faktor lingkungan; 2) banyaknya pelaku ekonomi kreatif yang belum memiliki Hak Kekayaan Intelektual (HKI); 3) terbatasnya akses permodalan; 4) perubahan tren pasar; 5) perubahan budaya dan teknologi yang cepat.

Strategi SO (Strength – Opportunities)

Strategi SO (*strength – opportunities*) yang harus dilakukan di antaranya: *pertama*, optimalisasi pemanfaatan sumber daya alam dan budaya untuk menciptakan inovasi produk berbasis kearifan lokal. Inovasi produk dengan memanfaatkan potensi lokal memiliki daya tarik tersendiri karena kaya akan nilai budaya, sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas. *Kedua*, menjembatani kerja sama antara sektor pariwisata dengan ekonomi kreatif, karena keduanya dapat saling melengkapi. Sektor pariwisata sebagai penyedia pasar bagi pelaku ekonomi kreatif, sementara ekonomi kreatif dapat menambah khazanah pariwisata sehingga menjadi lebih menarik.

Ketiga, mendorong pelaku ekonomi kreatif dalam pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi melalui berbagai cara, seperti pelatihan dan pendampingan, serta penyediaan akses teknologi. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi secara optimal, dapat mendorong inovasi, meningkatkan efisiensi dan memperluas pasar. *Keempat*, memperkuat kolaborasi dengan komunitas Gekrafs, khususnya Gekrafs Pandeglang dalam berbagai program dan kegiatan ekonomi kreatif, seperti penguatan kapasitas pelaku ekonomi kreatif, pengembangan produk, dan lain sebagainya. Dengan adanya kolaborasi antara pemerintah dan Gekrafs, diharapkan dapat memperkuat daya saing secara global.

Strategi WO (Weaknesses – Opportunities)

Strategi WO (*weaknesses – opportunities*) yang harus dilakukan di antaranya: *pertama*, memanfaatkan komunitas Gekrafs yang memiliki pemahaman mendalam tentang ekonomi kreatif sebagai narasumber, karena dianggap memiliki kapasitas untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman dalam sektor ekonomi kreatif. *Kedua*, memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi melalui aplikasi *chatting* (WhatsApp, Telegram, dll), atau media sosial (Facebook, Instagram, dll) sebagai sarana pelaku ekonomi kreatif dalam berdiskusi, berbagi informasi, bertukar ide, dan berkolaborasi dalam mengembangkan ekonomi kreatif.

Strategi ST (Strength – Threats)

Strategi ST (*strength – threats*) yang harus dilakukan di antaranya: *pertama*, membentuk identitas daerah melalui ekonomi kreatif yang dipromosikan secara luas, seperti mengikuti pameran, bazar, atau pemanfaatan teknologi digital, agar dapat dikenal secara nasional dan internasional. *Kedua*, memiliki komitmen kuat dalam mendorong perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) melalui edukasi dan pendampingan kepada pelaku ekonomi kreatif mengenai pentingnya Hak Kekayaan Intelektual (HKI) untuk melindungi hasil karya intelektual mereka dari plagiarisme dan pembajakan. Bukan hanya itu, berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022, tentang Peraturan Pelaksana Undang-Undang Ekonomi Kreatif Tahun 2019, bahwa Kekayaan Intelektual dapat dijadikan sebagai objek jaminan utang melalui lembaga keuangan bank, dan lembaga keuangan nonbank. Artinya, pelaku ekonomi kreatif dapat memanfaatkan Kekayaan Intelektual sebagai jaminan untuk memperoleh permodalan. *Ketiga*, melakukan sosialisasi mengenai penggunaan sumber daya alternatif atau reboisasi dan penghijauan untuk mengantisipasi menipisnya sumber daya alam sebagai bahan baku produk ekonomi kreatif. *Keempat*, menyediakan infrastuktur digital yang memadai dan rutin mengadakan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan, agar inovasi yang dihasilkan relevan dengan permintaan pasar serta dapat memperluas pasar secara global.

Strategi WT (Weaknesses – Threats)

Strategi WT (*weaknesses – threats*) yang harus dilakukan di antaranya: *pertama*, melakukan peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan keterampilan sektor ekonomi kreatif agar Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pandeglang memiliki tenaga ahli internal yang kompeten di bidang ekonomi kreatif. *Kedua*, bekerja sama dengan perusahaan besar untuk berinvestasi dalam menunjang pendanaan ekonomi kreatif. Industri kreatif yang didukung dengan modal besar dapat memberikan dampak positif, seperti menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan daya saing, sehingga berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan perekonomian daerah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa dalam optimalisasi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang dapat dicapai melalui beberapa alternatif strategi, yaitu peningkatan kualitas dan kapasitas sumber daya manusia, penguatan kerja sama antara pemerintah daerah, komunitas pelaku ekonomi kreatif, dan sektor pariwisata, menarik investor untuk menunjang pendanaan, menyediakan infrastuktur digital yang memadai, serta mendorong pemanfaatan

teknologi informasi dan komunikasi sebagai sarana promosi. Dengan beberapa alternatif strategi tersebut, diharapkan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang dapat dikembangkan secara optimal untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah.

REFERENSI

- Chusumastuti, Dhety, et al. (2024). Konsep Ekonomi Kreatif. Solok: PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Creswell, J. W. (2017). Desain Penelitian: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran. Jakarta: Salemba Humanika.
- Miles, Matthew B., & A. Michael Huberman. (2009). Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Pearce, J. A., & Richard B. Robinson. (2013). Manajemen Strategi: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian. Jakarta: Erlangga.
- Purnomo, Rochmat Aldy. (2016). Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia. Surakarta: Ziyad Visi Media.
- Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.
- Rokhman, Agus., Agus Lukman Hakim., & Trisna Sonjaya. (2024). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Pandeglang: Potensi dan Tantangan. SEMNASIA STIA BANTEN.
- Siagian, S. P. (2012). Manajemen Strategis. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sungkawati, Endang, et al. (2024). Industri dan Ekonomi Kreatif. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.
- Undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.